

13

AUTOEFICACIA Y ACTITUD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE CIENCIAS ECONÓMICAS DURANTE LA COVID-19

SELF-EFFICACY AND ENTREPRENEURIAL ATTITUDE IN UNIVERSITY ECONOMIC SCIENCE STUDENTS DURING COVID-19

Pierre Vidaurre-Rojas ¹

E-mail: pvidaurre@unsm.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2727-3717>

Seidy Janice Vela-Reátegui ¹

E-mail: seidyreategui@unsm.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6491-8879>

Maria Luisa Salazar-Apagüño ²

E-mail: msalazar.a1823@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4053-7289>

Rosa Elena Cueto-Orbe ³

E-mail: rcueto@unaaa.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0563-3176>

Sandra Ruiz-Correa ¹

E-mail: saruizco@unsm.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2224-165X>

¹ Facultad de Ciencias Económicas. Grupo de investigación Gestión ATEC. Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú.

² Programa Académico de Negocios. Universidad Científica del Perú, Tarapoto, Perú.

³ Facultad de Contabilidad, Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas, Yurimaguas, Perú.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Vidaurre-Rojas, P., Vela-Reátegui, S. J., Salazar-Apagüño, M. L., Cueto-Orbe, R. E. & Ruiz-Correa, S. (2023). Autoeficacia y actitud emprendedora en estudiantes universitarios de Ciencias Económicas durante la Covid-19. *Revista Conrado*, 19(93), 102-108.

RESUMEN

La pandemia ha generado incertidumbre económica a nivel mundial, disminuyendo la confianza de los universitarios en sus habilidades para emprender. En este sentido, propusimos determinar la relación entre autoeficacia y actitud emprendedora en estudiantes de ciencias económicas de una universidad pública peruana durante la COVID-19. Para ello, desarrollamos una investigación básica, enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional de corte transversal. La población estuvo conformada por 1002 estudiantes matriculados en el semestre 2020-I, y la muestra correspondió a 278 estudiantes, quienes respondieron una encuesta confiable. Analizamos los datos utilizando estadística descriptiva e inferencial a través del programa SPSS v.26. Los resultados mostraron que predominaba un nivel medio de autoeficacia en el 37,4% de estudiantes, al igual que la actitud emprendedora en 41,4%; además, encontramos una correlación positiva baja según el coeficiente de Rho de Spearman (p -valor $<0,05$; $Rho=0,281$) entre ambas variables. Concluimos que existe una tendencia, aunque limitada, de que los niveles de autoeficacia estuvieron relacionados con los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes de ciencias económicas durante la pandemia.

Palabras clave:

autoestima, asunción del riesgo, necesidad de logro, control percibido, emprendimiento, pandemia

ABSTRACT

The pandemic has created global economic uncertainty, decreasing the confidence of university students in their entrepreneurial abilities. In this regard, we aimed to determine the relationship between self-efficacy and entrepreneurial attitude among students majoring in economics at a public university in Peru during the COVID-19 pandemic. To achieve this, we conducted a basic, quantitative, cross-sectional study with a descriptive-correlational approach. The population consisted of 1002 students enrolled in the 2020-I semester, and the sample comprised 278 students who completed a reliable survey. The data were analyzed using descriptive and inferential statistics with SPSS v.26 software. The results showed a prevailing moderate level of self-efficacy in 37.4% of students, as well as entrepreneurial attitude in 41.4%; additionally, we found a low positive correlation based on the Spearman's Rho coefficient (p -value <0.05 ; $Rho=0.281$) between the two variables. We conclude that there is a tendency, albeit limited, for self-efficacy levels to be related to entrepreneurial attitude among economics students during the pandemic.

Keywords:

self-esteem, risk-taking, need for achievement, perceived control, entrepreneurship, pandemic

INTRODUCCIÓN

En la economía de los países, los emprendedores desempeñan un papel fundamental y esencial. Su capacidad para identificar oportunidades, fomentar la innovación y establecer nuevas empresas genera un impacto significativo en el crecimiento económico, la creación de empleo y la mejora del bienestar social (Škare et al., 2022). En un entorno globalizado y en constante evolución, los emprendedores se han convertido en los impulsores del progreso y la transformación. Su habilidad para identificar vacíos en el mercado y convertirlos en oportunidades empresariales no solo estimula la competencia, sino que también promueve la eficiencia económica (Mira-Solves et al., 2021).

Es así que, los emprendedores son agentes de transformación económica, a través de su espíritu emprendedor y su disposición a asumir riesgos, generan nuevas ideas, productos y servicios que responden a las necesidades cambiantes de la sociedad (Tripopsakul et al., 2022). Estos innovadores visionarios no solo satisfacen demandas existentes, sino que también crean demanda a través de la introducción de soluciones novedosas. El emprendimiento ofrece a las personas la oportunidad de superar barreras sociales y económicas, permitiéndoles crear su propio camino hacia el éxito y la independencia económica.

En ese contexto, la universidad ha asumido un papel fundamental como el principal centro de formación para aquellos que desean desarrollar sus habilidades empresariales y enfrentar los desafíos del mundo de los negocios (Lechuga Sancho et al., 2022). Conscientes de la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor y la capacidad de innovación, las instituciones universitarias han adaptado sus programas académicos para proporcionar a los estudiantes las herramientas y conocimientos necesarios para emprender con éxito (Antonovica et al., 2023).

Entonces, la universidad se ha convertido en un espacio de aprendizaje y desarrollo de habilidades clave para el emprendimiento (Barba-Sánchez et al., 2022). A través de programas académicos especializados, cursos, talleres y actividades extracurriculares, los estudiantes tienen la oportunidad de adquirir conocimientos en áreas como la gestión empresarial, el análisis de mercado, la planificación estratégica, el liderazgo y la financiación de proyectos. Competencias esenciales para que los futuros emprendedores puedan gestionar eficientemente sus negocios.

Además de brindar conocimientos teóricos, la universidad fomenta el desarrollo de habilidades prácticas a

través de la creación de espacios de incubación y aceleración empresarial. Posibilitando a los estudiantes poner en práctica sus ideas y proyectos empresariales, recibir retroalimentación de expertos y establecer conexiones con mentores y profesionales del sector (Deyanova et al., 2022). La interacción con emprendedores experimentados y la exposición a entornos empresariales reales ayudan a los estudiantes a desarrollar una mentalidad emprendedora, a adquirir habilidades de resolución de problemas y a fortalecer su red de contactos.

En este marco, surgen la autoeficacia y la actitud emprendedora, dos conceptos fundamentales para aquellos estudiantes universitarios que desean desarrollarse en el mundo empresarial. La autoeficacia se refiere a la creencia en las propias habilidades y capacidades para enfrentar desafíos y alcanzar metas (Newman et al., 2019), mientras que la actitud emprendedora se relaciona con la disposición mental y comportamental de asumir riesgos, buscar oportunidades y llevar a cabo ideas innovadoras (Duong, 2022). Adquirir estas capacidades es de suma importancia, ya que les brinda las herramientas necesarias para afrontar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado comercial.

Ahora bien, considerando que la universidad es el principal centro en el que los jóvenes pueden moldear habilidades como la autoeficacia y la actitud emprendedora, la aparición de la COVID-19 frenó por completo todas las actividades que solían desarrollarse normalmente, perjudicando significativamente la capacidad de los jóvenes universitarios para desarrollar habilidades emprendedoras (Namkung et al., 2022). La pandemia de la COVID-19 trajo consigo una serie de desafíos sin precedentes, entre ellos, la interrupción de las clases presenciales y la cancelación de eventos, así como la limitación de interacciones sociales y la imposición de medidas de distanciamiento físico (Carrión-Martínez et al., 2021).

Antes de la pandemia, las universidades ofrecían un entorno propicio para el desarrollo de habilidades emprendedoras, permitiendo adquirir experiencia práctica y recibir retroalimentación valiosa. Sin embargo, con la llegada de la COVID-19, estas actividades se vieron afectadas o incluso suspendidas (Hosen et al., 2022). La transición al aprendizaje en línea ha representado un desafío en sí mismo, ya que no todos los estudiantes cuentan con acceso a la tecnología adecuada o disponen de un entorno propicio para el estudio. Además, la falta de interacciones presenciales limitó las oportunidades de colaboración, el intercambio de ideas y la retroalimentación en tiempo real (Li et al., 2021).

En el contexto de las universidades peruanas la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo. Observamos una disminución en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios en ese contexto de crisis. Algunos estudiantes han abandonado proyectos académicos y empresariales debido a la incertidumbre económica y a la percepción de falta de oportunidades rentables. Sin embargo, también hemos identificado un grupo reducido de estudiantes que han identificado nuevas necesidades emergentes en medio de la crisis y ven oportunidades para emprender proyectos que podrían beneficiar la economía y a las personas afectadas.

En tal sentido, la presente investigación se ha enfocado en analizar la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín durante la pandemia de COVID-19. Para ello, planteamos hipótesis que sugieren una relación directa y positiva entre estas variables. La realización de este estudio es relevante debido a los cambios observados en la actitud emprendedora de los estudiantes, así como a la necesidad de comprender cómo influyen la autoeficacia y otros factores psicológicos en el emprendimiento en un contexto de crisis.

MATERIALES Y MÉTODOS

Diseño de la investigación

Optamos por una investigación básica, puesto que buscamos ampliar las teorías existentes sin fines prácticos; cuantitativo, porque se procesaron y analizaron datos; descriptiva no experimental, ya que describimos la realidad problemática de las variables sin ser manipuladas, es decir, fueron observadas en su estado natural; correlacional, porque buscamos la correlación o asociación entre variables; y transversal, ya que recopilamos los datos en un momento determinado (Hernández Sampieri et al., 2014).

Unidad de análisis

La población estuvo conformada por 1002 estudiantes de quinto a décimo ciclo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, matriculados durante el semestre académico 2020-I (marzo - julio). Para calcular la muestra, aplicamos un muestreo probabilístico aleatorio simple al 95% de nivel de confianza, que nos arrojó 278 estudiantes, de los cuales, el 62,8% fueron de género femenino, y el promedio de edad fue 22 con desviación estándar de 2 años. Respecto a los criterios de selección de la muestra, incluimos estudiantes de diferente géneros y edades, además aquellos

que decidieron participar voluntariamente y brindaran su consentimiento informado.

Instrumentos

Empleamos la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Así, para medir la autoeficacia, utilizamos la Escala de Autoeficacia General adaptado por Escobar & Zambrano (2015), que comprende 2 dimensiones: i) expectativas de eficacia y ii) expectativas de resultado, compuesta por 10 ítems con escala valorativa ordinal de 1=nunca, 2= pocas veces, 3=muchas veces y 4=siempre. Por otra parte, para evaluar la actitud emprendedora usamos la escala *Entrepreneurial Attitude Orientation* adaptada por Krauss (2011), que cuenta con 4 dimensiones: i) autoestima (9 ítems), ii) asunción de riesgo (6 ítems), iii) necesidad de logro (9 ítems) y iv) control percibido interno (6 ítems); con escala valorativa ordinal de 1= Total desacuerdo hasta 6=Total acuerdo. Para comprobar la fiabilidad de los instrumentos en nuestro objeto de estudio, calculamos el coeficiente de Alfa de Cronbach en una muestra piloto de 50 estudiante, obteniendo para ambas variables, valores superiores a 0,8 (buena consistencia interna).

Procedimientos

Durante el mes de junio, aplicamos la encuesta de manera online con la herramienta de Google Forms. Las solicitudes de participación fueron realizadas por correo electrónico institucional con el apoyo de la Oficina de Asuntos Académicos y la Oficina de Imagen Organizacional de la Universidad Nacional de San Martín. Asimismo, con el fin de obtener mayor alcance, intervinimos durante 20 minutos en las diferentes clases virtuales de los estudiantes para explicar el propósito de la encuesta e invitarlos a participar activamente.

Análisis de datos

Los datos recopilados fueron descargados en un archivo Excel, luego organizados e importados desde el programa estadístico SPSS versión 26, donde aplicamos estadística descriptiva para el análisis de frecuencias relativas y absolutas, también utilizamos estadística inferencial para correlacionar las variables mediante el coeficiente de Rho de Spearman para datos categóricos-ordinales según (Reguant-Álvarez et al., 2018).

RESULTADOS

Con el objetivo de analizar la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en estudiantes universitarios de ciencias económicas durante la COVID-19, interpretamos las dimensiones y variables utilizando una escala reducida de categorías: bajo, medio y alto (baremos).

Posteriormente, presentamos las correlaciones entre la autoeficacia y las diferentes dimensiones que componen la actitud emprendedora.

En este sentido, de acuerdo a la tabla 1, observamos una similitud en los niveles de expectativas de eficacia y expectativas de resultados entre los participantes. Los niveles bajos de estas variables son los más comunes, representando un 37,4% y un 36,0% respectivamente. En cuanto a la autoeficacia, encontramos que un 37,4% de los estudiantes reportaron un nivel regular, mientras que un 32,7% presentaron un nivel bajo y un 29,9% mostraron un nivel alto. Los resultados indican que durante el período de COVID-19, una gran parte de estudiantes de ciencias económicas experimentaron dificultades para afrontar y manejar situaciones difíciles, ya sea de índole personal, académica u otros motivos.

Tabla 1. Nivel de autoeficacia de los participantes

Niveles	Expectativas de eficacia		Expectativas de resultados		Autoeficacia	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	104	37,4	100	36,0	91	32,7
Medio	102	36,7	98	35,2	104	37,4
Alto	72	25,9	80	28,8	83	29,9
Total	278	100	278	100	278	100

En relación a la actitud emprendedora de los encuestados pertenecientes al campo de las ciencias económicas, se observó que en las cuatro dimensiones de la variable predominó el nivel medio. Específicamente, el 43,6% mostró un nivel medio en la autoestima, el 38,1% en la asunción del riesgo, el 38,8% en la necesidad de logro y el 43,6% en el control percibido interno. En cuanto a la actitud emprendedora durante la época de COVID-19, se encontró que un 41,4% mantuvo un nivel medio, un 28,8% presentó un nivel alto y un 29,9% tuvo un nivel bajo. Los resultados manifiestan que la mayoría de los estudiantes exhibieron una actitud emprendedora moderada durante la pandemia.

Tabla 2. Nivel de actitud emprendedora de los participantes

Niveles	Autoestima		Asunción del riesgo		Necesidad de logro		Control percibido interno		Actitud emprendedora	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	91	32,7	91	32,8	89	32,1	86	30,9	83	29,9%
Medio	121	43,6	106	38,1	108	38,8	121	43,6	115	41,4%
Alto	33	23,7	81	29,1	81	29,1	71	25,5	80	28,8%
Total	278	100	278	100	278	100	278	100	278	100

Según la tabla 3, reportamos una correlación significativa entre la autoeficacia y las dimensiones de la actitud emprendedora (todos los casos presentaron un p-valor<0,05). Sin embargo, al analizar los coeficientes de correlación de Rho de Spearman, evidenciamos que la autoestima mostró una correlación muy baja con la autoeficacia (Rho=0,180). Asimismo, observamos correlaciones bajas entre la asunción de riesgos y la necesidad de logro con la autoeficacia, con coeficientes de correlación de Rho=0,347 y Rho=0,302, respectivamente. Únicamente el control percibido interno presentó una correlación moderada con la autoeficacia (Rho=0,395). Inferimos que las dimensiones de la actitud emprendedora tienen poca o cierta influencia en la autoeficacia, es decir, a medida que la actitud emprendedora aumenta, existe una tendencia a que la autoeficacia también aumente, pero la relación es débil.

Tabla 3. Correlación de las dimensiones de la actitud emprendedora y la autoeficacia

Dimensiones de la actitud emprendedora		Autoeficacia
Autoestima	Coefficiente de correlación	0,180**
	Sig. (bilateral)	0,003
	N	278
Asunción de riesgos	Coefficiente de correlación	0,347**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	278
Necesidad de logro	Coefficiente de correlación	0,302**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	278
Control percibido interno	Coefficiente de correlación	0,395**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	278

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Finalmente, la tabla 4 muestra que la correlación de Rho de Spearman de 0,281 entre las variables de autoeficacia y actitud emprendedora indica una correlación positiva baja. Deduciendo que existe una tendencia, aunque limitada, de que los niveles de autoeficacia estuvieron relacionados con los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes de ciencias económicas durante la COVID-19.

Tabla 4. Correlación entre la autoeficacia y actitud emprendedora

		Autoeficacia
Actitud emprendedora	Coefficiente de correlación	0,281**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	278

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

DISCUSIÓN

La autoeficacia según lo describen Mozahem & Adlouni (2021), se refiere a la creencia en la capacidad de una persona para lograr diferentes metas y desafíos en áreas intelectuales, físicas, sociales y emocionales. Estas características se desarrollan en función del entorno en el que se desenvuelve el individuo y se reflejan en sus actividades. En este estudio, se buscó examinar la relación entre la autoeficacia y el nivel de autoestima en estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín durante la pandemia de COVID-19. Para alcanzar este objetivo, se realizó una encuesta para recopilar información relevante. Los resultados indican que el 32,9% de los estudiantes presenta

un nivel de autoeficacia relacionado directamente con su autoestima. Estos hallazgos son consistentes con las investigaciones de (Valenzuela-Keller et al. 2021), quienes también encontraron una relación proporcional entre la autoestima y la autoeficacia ($x2 = 22,42$).

Por otra parte, se investigó la relación entre la autoeficacia y la disposición a asumir riesgos en los estudiantes. Se define a los estudiantes como buscadores de aventuras que se exponen constantemente al riesgo, explorando lo desconocido en busca de recompensas. Al analizar los datos, observamos que el 32% de los estudiantes presentaba un nivel bajo de disposición para asumir riesgos debido al temor al fracaso, lo cual difiere de la investigación realizada por Duong (2022), quienes indicaron que los estudiantes muestran una actitud positiva hacia el emprendimiento.

Asimismo, se buscó determinar la relación entre la autoeficacia y la necesidad de logro en los estudiantes. La necesidad de logro se refiere a la motivación que impulsa a los estudiantes a buscar el reconocimiento y la satisfacción de alcanzar sus metas, ya sea dentro de organizaciones o en sus propios emprendimientos. Los datos recolectados mostraron un alto porcentaje de estudiantes que experimentan temor a no poder concretar sus planes y carecen de la motivación necesaria para alcanzar lo que desean. Esto indica que el 30,9% de los estudiantes se encuentra en un nivel bajo en cuanto a la necesidad de logro. Los resultados difieren del estudio realizado por Mozahem & Adlouni (2021) quienes mencionan que la autoeficacia proporciona confianza entre los estudiantes, lo cual es fundamental para superar obstáculos y perseverar en la búsqueda de metas empresariales.

Además, se buscó determinar la relación entre la autoeficacia y el control percibido interno en los estudiantes. El control percibido interno se refiere a la creencia de que los resultados obtenidos son el resultado de las acciones individuales, y también mide la influencia del esfuerzo y el trabajo propio para lograr metas. Sin embargo, al analizar los datos, se encontró que el 30,9% de los estudiantes presentaba un nivel bajo de control percibido interno. Los resultados difieren de la investigación realizada por (Valenzuela-Keller et al. 2021), donde el control percibido interno representó el 65,06% en los estudiantes de su estudio. Esto indica que muchos de los estudiantes aún enfrentan dificultades para obtener resultados basados en sus propias acciones.

Los resultados son consistentes con investigaciones previas, como la realizada por (Asimakopoulos et al. 2019), quienes afirman la existencia de una relación positiva entre la autoeficacia emprendedora y la intención

empresarial ($r^2 = 0.294$). El resultado estadístico obtenido en este estudio es similar a los hallazgos anteriores, ya que también establece una relación significativa entre las variables en cuestión.

Limitaciones del estudio

Identificamos dos limitaciones en la presente investigación. En primer lugar, la muestra se limitó a estudiantes de una única facultad (ciencias económicas) de las 10 existentes en la Universidad Nacional San Martín, lo cual restringe la generalización de los resultados a nivel institucional. En segundo lugar, no realizamos un análisis de la autoeficacia y la actitud emprendedora en función de la edad y el género de los participantes, información que podría haber contribuido a delimitar los niveles de las variables junto con otros indicadores sociodemográficos.

CONCLUSIONES

Los resultados revelaron una correlación positiva baja entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en estudiantes universitarios de una universidad pública peruana durante la COVID-19. Esto indica que aquellos estudiantes que se sienten más seguros en sus habilidades y capacidades tienen una mayor disposición hacia el emprendimiento, incluso en medio de las dificultades y la incertidumbre generadas por la pandemia. Los hallazgos resaltan la importancia de fomentar y fortalecer la autoeficacia en los estudiantes universitarios de ciencias económicas, ya que puede ser un impulsor clave para el desarrollo de una actitud emprendedora.

Futuros estudios podrían investigar cómo factores específicos del contexto, como las políticas institucionales, el acceso a financiamiento, las oportunidades de empleo y las condiciones económicas, influyen en la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora, así como variarían en función del género y la edad; ya que proporcionaría una comprensión más completa de los factores externos que afectan el espíritu empresarial de los estudiantes universitarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Antonovica, A., de Esteban Curiel, J., & Herráez, B. R. (2023). Factors that determine the degree of fulfilment of expectations for entrepreneurs from the business incubator programmes. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(1), 261–291. <https://doi.org/10.1007/S11365-022-00818-1/TABLES/13>

Asimakopoulos, G., Hernández, V., & Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial Intention of Engineering Students: The Role of Social Norms and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Sustainability*, 11(16), 4314. <https://doi.org/10.3390/su11164314>

Barba-Sánchez, V., Mitre-Aranda, M., & Brío-González, J. del. (2022). The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2). <https://doi.org/10.1016/J.IEDEEN.2021.100184>

Carrión-Martínez, J. J., Pinel-Martínez, C., Pérez-Esteban, M. D., & Román-Sánchez, I. M. (2021). Family and School Relationship during COVID-19 Pandemic: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(21). <https://doi.org/10.3390/IJERPH182111710>

Deyanova, K., Brehmer, N., Lapidus, A., Tiberius, V., & Walsh, S. (2022). Hatching start-ups for sustainable growth: a bibliometric review on business incubators. *Review of Managerial Science*, 16(7), 2083–2109. <https://doi.org/10.1007/S11846-022-00525-9>

Duong, C. D. (2022). Entrepreneurial fear of failure and the attitude-intention-behavior gap in entrepreneurship: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 100707. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2022.100707>

Escobar, Y., & Zambrano, D. (2015). *Propiedades psicométricas de la escala de autoeficacia general (Baessler y Schwarzer, 1996) en una muestra de adolescentes de San Juan de Pasto*. Universidad de Nariño.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education

Hosen, M., Uddin, M. N., Hossain, S., Islam, M. A., & Ahmad, A. (2022). The impact of COVID-19 on tertiary educational institutions and students in Bangladesh. *Heliyon*, 8(1), e08806. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2022.E08806>

Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 9(1), 28–40.

Lechuga Sancho, M. P., Ramos-Rodríguez, A. R., & Fren-de Vega, M. de los Á. (2022). The influence of university entrepreneurship-oriented training in the transformation of intentions into new businesses. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100631. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2022.100631>

- Li, J., Qin, C., & Zhu, Y. (2021). Online teaching in universities during the Covid-19 epidemic: a study of the situation, effectiveness and countermeasures. *Procedia Computer Science*, 187, 566–573. <https://doi.org/10.1016/J.PROCS.2021.04.100>
- Mira-Solves, I., Estrada-Cruz, M., & Gómez-Gras, J. M. (2021). Analysing academics' entrepreneurial opportunities: The influence of academic self-efficacy and networks. *European Research on Management and Business Economics*, 27(2), 100152. <https://doi.org/10.1016/J.IEDEEN.2021.100152>
- Mozahem, N. A., & Adlouni, R. O. (2021). Using Entrepreneurial Self-Efficacy as an Indirect Measure of Entrepreneurial Education. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100385. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2020.100385>
- Namkung, J. M., Goodrich, J. M., Hebert, M., & Koziol, N. (2022). Impacts of the COVID-19 Pandemic on Student Learning and Opportunity Gaps Across the 2020–2021 School Year: A National Survey of Teachers. *Frontiers in Education*, 7, 438. <https://doi.org/10.3389/FE-DUC.2022.921497/BIBTEX>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419. <https://doi.org/10.1016/J.JVB.2018.05.012>
- Reguant-Álvarez, M., Vilà-Baños, R., & Torrado-Fonseca, M. (2018). La relación entre dos variables según la escala de medición con SPSS. *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca En Educació*, 11(2), 45–60. <https://doi.org/10.1344/reire2018.11.221733>
- Škare, M., Blanco-Gonzalez-Tejero, C., Crecente, F., & del Val, M. T. (2022). Scientometric analysis on entrepreneurial skills - creativity, communication, leadership: How strong is the association? *Technological Forecasting and Social Change*, 182, 121851. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2022.121851>
- Tripopsakul, S., Mookhamakkul, T., & Puriwat, W. (2022). The Development of the Entrepreneurial Spirit Index: An Application of the Entrepreneurial Cognition Approach. *Emerging Science Journal*, 6(3), 493–504. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-03-05>
- Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Silva-Aravena, E., & Moreno-Villagra, M. (2021). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios de primer año en Chile. *Formación Universitaria*, 14(4), 103–112. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062021000400103>